

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN DI PT. AUTOMOBIL JAYA MANDIRI MAGUWOHARJO YOGYAKARTA

Dedek Rahwati

Abstrak

Penelitian ini dilakukan di PT. Automobil Jaya Mandiri Maguwoharjo Yogyakarta. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan PT. Automobil Jaya Mandiri Maguwoharjo Yogyakarta. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif. Metode yang digunakan dalam pengambilan data adalah metode observasi partisipatif dan wawancara terstruktur. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Penulis mengumpulkan informasi secara langsung dengan melakukan wawancara mendalam. Data sekunder diperoleh langsung dalam bentuk yang sudah jadi seperti dokumen berisi data-data penjualan, kemudian dari studi pustaka dengan mempelajari berbagai tulisan, buku dan skripsi yang berhubungan dengan penelitian ini. Dalam mendeskripsikan hasil penelitian digunakan analisis Strategi STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*) dan *Marketing Mix* 4P (*Product, Price, Place* dan *Promotion*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan PT. Automobil Jaya Mandiri Maguwoharjo dalam meningkatkan volume penjualan sudah cukup baik dilihat dari segi produk yang dihasilkan, penetapan harga, pemilihan jalur distribusi dan kegiatan promosi yang dilakukan. Untuk target *market* yang disasar juga sudah sesuai dengan aspek-aspek strategi pemasaran yang telah dilakukan walaupun ada strategi pemasaran yang tidak berhasil diterapkan karena masih banyaknya pelanggan atau konsumen yang belum mengerti apa saja yang dijual oleh PT. Automobil Jaya Mandiri Maguwoharjo.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran.

 8/9 '21

**ANALYSIS OF MARKETING STRATEGIES IN INCREASING SALES
VOLUME AT PT. AUTOMOBIL JAYA MANDIRI MAGUWOHARJO
YOGYAKARTA**

Dedek Rahwati

Abstract

This research was conducted at PT. Automobil Jaya Mandiri Maguwoharjo Yogyakarta. The purpose of this study was to determine the marketing strategy in increasing the sales volume of PT. Automobil Jaya Mandiri Maguwoharjo Yogyakarta. The method used in this research is descriptive qualitative method. The method used in data collection is the method of participatory observation and structured interviews. The data used are primary data and secondary data. The author collects information directly by conducting in-depth interviews. Secondary data is obtained directly in a ready-made form such as documents containing sales data and literature studies by studying various writings, books and theses related to this research. In describing the research results, analysis of the STP Strategy (Segmenting, Targeting, Positioning) and the 4P Marketing Mix (Product, Price, Place and Promotion) are used. The results of this study indicate that the marketing strategy carried out by PT. Automobil Jaya Mandiri Maguwoharjo in increasing sales volume has been quite good in terms of products produced, pricing, selection of distribution channels and promotional activities carried out. For the targeted market, it is also in accordance with the aspects of the marketing strategy that has been carried out even though there are marketing strategies that have not been successfully implemented because there are still many customers or consumers who do not understand what is being sold by PT. Automobil Jaya Mandiri Maguwoharjo.

Keywords: Marketing Strategy.